

TUTTOFOOD AWARDS, PREMI A INNOVAZIONE E QUALITÀ

Al salone dell'agroalimentare, in **Fiera Milano** fino al 22 maggio, riconoscimenti ad aziende italiane grandi e piccole che hanno presentato 300 nuovi prodotti d'eccellenza. Ecco i vincitori

Redazione

- Mar, 21/05/2013 - 18:00

Attenzione alle richieste del consumatore, rispetto della tradizione e dell'ambiente e capacità di innovarsi e di trovare nuove nicchie di mercato: Tuttofood 2013 il salone internazionale dell'agroalimentare in corso a **Fiera Milano** fino al 22 maggio, si è fatto ambasciatore di questi valori con i Tuttofood Awards che offrono una vetrina di eccellenza a tutti i 300 partecipanti ai concorsi, con i loro nuovi prodotti esposti in teche lungo le Food Avenue, speciali percorsi nei sei padiglioni della mostra. I concorrenti sono stati valutati da giurie tecniche mentre i vincitori sono stati decretati dai buyer e dai giornalisti presenti in fiera. Al centro degli Awards i valori di ecosostenibilità, qualità certificata e innovazione.

I vincitori per il concorso dedicato all'innovazione (in collaborazione con Ipsos), sono il Biscottificio Cristino con i tarallini senza lievito; Polar Seafood Italia che ha proposto il sale liquido I: Sale; l'Azienda agricola Vestola Francesco con la mesca Francesca (misto legumi); il Prosciuttificio Valserio con il filetto di suino biologico ai pistacchi; Fattorie Osella che ha presentato il formaggio Doppia Bontà; Danoor, con la confettura al dattero; Aloha con le sue fantasie di gelato e Bavaria Italia con la Bavaria Radler, nuova per il mercato italiano. Il nostro brand da sempre è attento all'innovazione, come leva per affrontare nuovi mercati e tipologie di consumatori. La Bavaria Radler è lanciata come bevanda dellestate 2013: 50% birra e 50% lemonade, un tasso alcolico di soli 2 gradi ha affermato Luca De Zen, direttore generale e ad di Bavaria Italia - Abbiamo proposto un nuovo prodotto per andare verso nuovi consumatori, ma soprattutto per aprirci al mercato ho.re.ca., dal momento che oggi siamo soprattutto presenti nel canale mercati e supermercati".

Tra le proposte di prodotto a qualità certificata (dop, igp, bio), valutati da Qualivita nell'ambito del concorso dedicato ai prodotti certificati sono stati premiati Vincenzo Caputo srl con la sua nocciola di Giffoni Igp; Oleificio Ranieri produttore dell'olio extravergine Bio 100%; Le Terre di Zoè con la linea di confetture extra e marmellate bio; il Salumificio Fratelli Beretta che ha presentato il prosciutto di Parma Dop 20 mesi; Mario Costa spa gorgonzola Dop con il Dolcificato Costa Gran Riserva; I dolci sapori dell'Etna che ha presentato la pasta pura per gelateria: pistacchio 100% verde di Bronte Dop; Agrifood Abruzzo con gli spinaci e biette Bio; Kazzen con il Nesos - Passito di Pantelleria Doc.

"La nostra azienda sin dal 1919 produce gorgonzola, con l'obiettivo di realizzare un prodotto che unisca tradizione, qualità e innovazione, nel rispetto del disciplinare Dop. Siamo certificati IFS e BRC, potendo dunque dimostrare un livello di qualità produttiva che è elemento che ci distingue ha spiegato Federica Fileppo Zop della Mario Costa spa -. Il gorgonzola dolcificato Costa Gran riserva è il prodotto di punta della nostra gamma dolce. Viene prodotto solo da latti selezionati, ha una stagionatura leggermente più prolungata di 75 giorni e viene poi sottoposto a selezione visiva: diventano Costa Gran riserva solo le forme più belle.

Nel concorso sull'ecosostenibilità del packaging (in collaborazione con Conai ed Expo 2015) dedicato alle soluzioni di confezionamento ecosostenibile si sono distinte le proposte di quattro aziende: Artuto Sanchez con una nuova chiusura adesiva per preservare il prodotto; Italdolci con la carta millerighe; Agrifood Abruzzo con il dispenser Apri e Chiudi in Pet alleggerito; Lete con la bottiglia in Pet alleggerito. L'alleggerimento del packaging è solo uno dei tanti progetti legati alla social responsibility della nostra azienda ha detto

Gabriella Cuzzone, direttore marketing di Lete spa . L'impegno di Lete va infatti dall'utilizzo di energia 100% verde alla certificazione della carbon footprint, che ci consente di monitorare l'impatto ambientale di ogni singola attività. In particolare, con queste nuove bottiglie, grazie a una costante attività di ricerca sulla riduzione degli imballi, cui lavoriamo da ormai 7 anni, siamo riusciti a ottenere una diminuzione di plastica importante, del 23% sui formati più grandi (da 42 a 32 grammi) e del 26% sul mezzo litro (dai 23 ai 17 grammi)".

Per informazioni su Tuttofood: www.tuttofood.it

LEGGI LO SPECIALE "Fiera Milano - Il mondo del business"

Speciale:

Fiera Milano